

الفصل الخامس

توازن المؤسسة في أسواق السلع والخدمات

يوجد هناك العديد من الأشكال التي يمكن أن تأخذها أسواق السلع الاقتصادية، حيث يعتمد ذلك على هيكل السوق والسلوك الذي تقوم المؤسسة بإتباعه من أجل تحقيق هدفها الأساسي وهو تعظيم الأرباح. ويميز الاقتصاديون بصفة عامة بين أربعة أشكال مختلفة لهياكل السوق، وهي المنافسة التامة، الاحتكار التام، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة، وتشكل المنافسة التامة والاحتكار التام طرفي النقيض، من حيث الهيكل والسلوك، بينما تشكل المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة حالات الوسط الأكثر شيوعاً في الاقتصاد بصفة عامة

أولاً: المنافسة الكاملة (Perfect Competition): يتميز سوق المنافسة التامة بمجموعة من الخصائص والتي يسميها البعض بالفرضيات وهي:

1- وجود عدد كبير من المشترين (المستهلكين) والبائعين (المنتجين) للسلعة:
تعمل هذه الخاصية أو الفرضية على ضمان عدم تأثير أي مستهلك أو منتج على سعر السلعة في السوق، ويكون المنتج في هذه الحالة مستقبلاً للسعر (Price-Taker)، حيث لا يستطيع التأثير على سعر السلعة السائد في السوق. ويسمى السعر السائد في سوق السلعة التنافسي بسعر المنافسة (Competitive Price)، وهو السعر الوحيد الذي تباع فيه السلعة في سوق المنافسة.

2- تنتج المؤسسات العاملة في سوق المنافسة سلعة متجانسة (Homogenous Goods): تعتبر السلعة التي يتم إنتاجها في سوق المنافسة الكاملة سلعة متجانسة، بمعنى أن تكون هذه السلعة متطابقة من ناحية الجودة والكفاءة وأداء الخدمة، بغض النظر عن المنتج أو البائع الذي تم شراء السلعة منه. فمثلاً إذا كانت السلعة منتجا زراعيًا معيناً فإنه لا يمكن تمييز عرض مزارع عن مزارع آخر يعرض نفس المنتج، ونتيجة لتجانس السلعة، فإن السلعة التي يقوم بإنتاجها المنتج الأول تعتبر "بديل كامل" (Perfect Substitute) لسلعة المنتجين الآخرين، وبالتالي فإن منحني الطلب الفردي على سلعة المنتج يكون لا نهائي المرونة. إي منحني الطلب على منتج المؤسسة الواحدة يأخذ شكل خط أفقي

3- حرية الدخول إلى السوق: يمكن لأي منتج الدخول إلى سوق السلعة وإنتاج هذه السلعة، متى رغب في ذلك، ويتوقف عن إنتاجها أيضاً متى رغب، وذلك نتيجة عدم وجود أي عوائق تمنع دخول منتجين

جدد إلى السوق أو الخروج منه ، مما يعني حرية تنقل عناصر الإنتاج من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى ، ومن منطقة جغرافية إلى أخرى .

4- توفر المعلومات بشكل كامل عن أحوال السوق (Perfect Information): تتوفر جميع المعلومات المطلوبة حول السلعة وسعرها وطريقة إنتاجها، والتكاليف المرتبطة بإنتاجها، والتقنية المستخدمة في عملية إنتاجها ، وبالتالي لا يستطيع أي منتج التلاعب بأسعار السلع في السوق، مستغلا جهل المستهلك لأحوال السوق . ما نلاحظه في هذا الشرط هو عدم الواقعية، حيث انه حتى في ظل التقنيات المتطورة في الوقت الحاضر TIC لا يمكن توفير المعلومات الكاملة والدقيقة عن أحوال السوق، مهما كانت درجة التكنولوجيا المستعملة لذلك، ولا توجد الحرية المطلقة لانتقال رؤوس الأموال....الخ

إن التأمل في الشروط السابقة يبين مدى صعوبة وجود أسواق في الواقع تطبق عليها شروط المنافسة التامة مما يطرح تساؤلا لماذا ندرس المنافسة التامة إذا، ما دام وجودها في الواقع يكاد يكون مستحيلا ؟ والإجابة عن هذا السؤال تكمن في كون دراسة سوق المنافسة تتم نتيجة لأمرين هما:

1 - سوق المنافسة التامة: تمثل الحالة المثالية بمعنى أنها معيارية أو نموذجية يمكن استخدامها لمقارنة أنواع الأسواق الأخرى في بعض الجوانب، كما أنها تعتبر بمثابة النهاية التي يمكن الوصول إليها عند تطبيق أقصى درجات الحرية في أسواق السلع والخدمات.

2- هناك بعض الأسواق في الواقع، التي يمكن أن تقترب من سوق المنافسة التامة، مثل أسواق التجزئة ، أسواق الخضار والفواكه، بعض الأسواق المالية المتطورة ، وفي هذه الحالة فإن دراسة نموذج المنافسة التامة يساعدنا على فهم سلوك هذه الأسواق، من خلال محاولة إسقاط مفاهيم المنافسة التامة عليها.

7.1) سلوك المؤسسة التنافسية في المدى القصير

نذكر أن الهدف الأساسي لأي منتج أو مؤسسة هو تعظيم الأرباح، وفي نفس الوقت فإن تعظيم الأرباح يعني تخفيض التكاليف التي تتحملها المؤسسة إلى أدنى مستوياتها. وبصورة عامة تستمر المؤسسة في الإنتاج طالما كان بإمكانها تغطية تكاليفها الكلية. والمقصود بتغطية التكاليف هنا، أن تكون التكاليف الكلية أقل من، أو مساوية للإيرادات التي تحصل عليها المؤسسة. أما إذا لم تستطع المؤسسة تغطية هذه التكاليف، فإنها قد تضطر إلى التوقف عن الإنتاج لتقليل خسائرها.

وتجدر الملاحظة هنا إلى أن توقف المؤسسة عن الإنتاج، لا يعني أنها لا تقوم بدفع أي تكاليف، فالمؤسسة في المدى القصير تتحمل دائما التكاليف الثابتة بغض النظر عن مستوى الإنتاج حتى وأن توقفت عن الإنتاج، فإنها تقوم بدفع التكاليف الثابتة.

ويمكن تحديد قرار المؤسسة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج باستخدام عدة طرق:

1- الطريقة الكلية: في هذه الحالة، نقوم بمقارنة الإيراد الكلي للمؤسسة (Total Revenue)، وإجمالي التكلفة المتغيرة (CVT)، كما يلي:

(A) إذا كان $(RT > CVT)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج.

(B) إذا كان $(RT < CVT)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج.

(C) إذا كان $(RT = CVT)$ ، وهذا ما يسمى بـ"نقطة الإغلاق" (Shut-Down Point)، حيث يكون للمؤسسة حرية الاختيار إما الاستمرار في الإنتاج، أو التوقف عن الإنتاج، أي أن نقطة الإغلاق تعتبر الحد الفاصل بين إمكانية الإنتاج وإمكانية الإغلاق، وعلى اعتبار أن الوقت مورد ثمين يمكن أن نعتبر هذه النقطة ضمن النقاط التي تتوقف عندها المؤسسة عن الإنتاج .

2- طريقة المتوسطات: أن الإيراد الكلي (RT) الذي تحصل عليه المؤسسة، هو عبارة عن سعر السلعة (P) مضروباً في الكميات التي قامت المؤسسة ببيعها (Q)، أو: $RT = Q \times P$ 1 ويمكن الحصول على متوسط الإيراد (Average Revenue)، والذي يعبر عن متوسط إيراد الوحدة الواحدة من السلعة المباعة، عن طريق قسمة المعادلة رقم (1) أعلاه على الكمية (Q)، أو:

$$AR = \frac{RT}{Q} = \frac{Q \times P}{Q} = P \quad (2)$$

وتوضح المعادلة رقم (2)، أن سعر السلعة يساوي الإيراد المتوسط الناتج عن بيعها. ويمكن الآن التوصل إلى قرار المؤسسة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج كما يلي:

(A) إذا كان $(P > CVM)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج.

(B) إذا كان $(P < CVM)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج.

(C) إذا كان $(P = CVM)$ ، وهذا ما يسمى بـ"سعر الإغلاق" (Shut-Down Price)، وهو السعر الذي تقوم المؤسسة بمقارنته مع سعر السوق، فإذا وصل سعر السوق إلى سعر الإغلاق الخاص بالمؤسسة، تتوقف المؤسسة عن الإنتاج أي أن سعر الإغلاق هو أقل سعر يمكن أن تتعامل المؤسسة به وتستمر في الإنتاج.

3- الطريقة الحدية:

عندما تقوم المؤسسة بزيادة حجم إنتاجها (مستوى أعلى من Q)، فإن هناك ارتفاعاً في الإيراد الكلي الذي تحصل عليه ($RT = P \times Q$)، إلا أن ذلك سيكون مصحوباً بارتفاع في التكلفة الكلية (TC) أيضاً، وعليه فإن المؤسسة عندما تقرر زيادة إنتاجها بمقدار وحدة واحدة مثلاً، تقوم بمقارنة مقدار الزيادة في التكلفة الكلية الناجمة عن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة (CM)، مع مقدار الزيادة في الإيراد الكلي الناتج عن

$$CM = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}, MR = \frac{\Delta RT}{\Delta Q} \quad \text{أو:}$$

ويتحدد قرار المؤسسة بالإنتاج أو التوقف كما يلي:

- (A) إذا كان ($MR > CM$)، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج.
 (B) إذا كان ($MR < CM$)، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج.
 (C) إذا كان ($MR = CM$)، فإن هذا هو وضع التوازن، وهو مستوى تعظيم الأرباح (Profit Maximization).

ويعني شرط التوازن ($MR=CM$)، أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المؤسسة نتيجة زيادة الإنتاج بوحدة واحدة، يساوي التكلفة الإضافية التي تدفعها المؤسسة نتيجة زيادة الإنتاج، ومن ثم فلا يوجد دافع لدى المؤسسة نحو زيادة أو تخفيض الكمية المنتجة، حيث أن هذه الكمية هي الكمية الوحيدة التي تعظم أرباح المؤسسة.

وبما أنه في المنافسة التامة الإيراد الحدي يساوي الإيراد المتوسط لكون دالة الإيراد الكلي دالة من الدرجة الأولى $AR = MR$ فإن الإيراد الحدي يساوي سعر السلعة $MR = AR = P$ ، أو أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المؤسسة جراء بيع السلعة يساوي دائماً سعر السلعة.

يمكن تحديد قرار المؤسسة كما يلي:

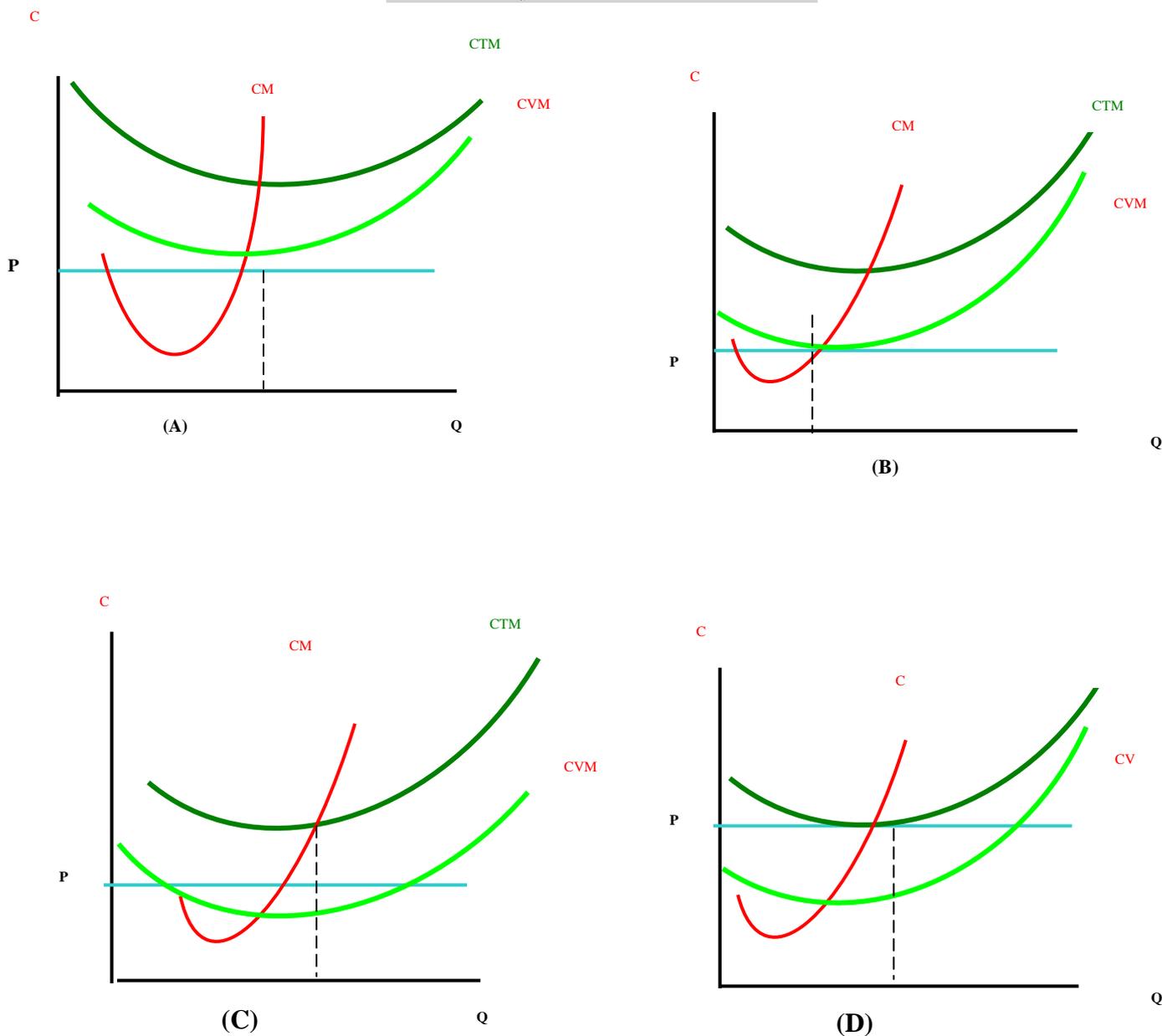
- إذا كان ($P > CM$)، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج.
 إذا كان ($P < CM$)، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج.
 إذا كان ($P = CM$)، فإن هذا هو وضع التوازن وهو مستوى تعظيم الأرباح (Profit Maximization).

إن الإيراد المتوسط والحدي تساوي سعر البيع فقط في السوق في سوق المنافسة التامة $MR = AR = P$

وسوف نتطرق إلى بقية الحالات عند دراسة الأسواق الأخرى.

والحالات التي تكلمنا نوضحها بيانيا كما يلي:

حالات مختلفة لمؤسسة تنافسية في المدى القصير



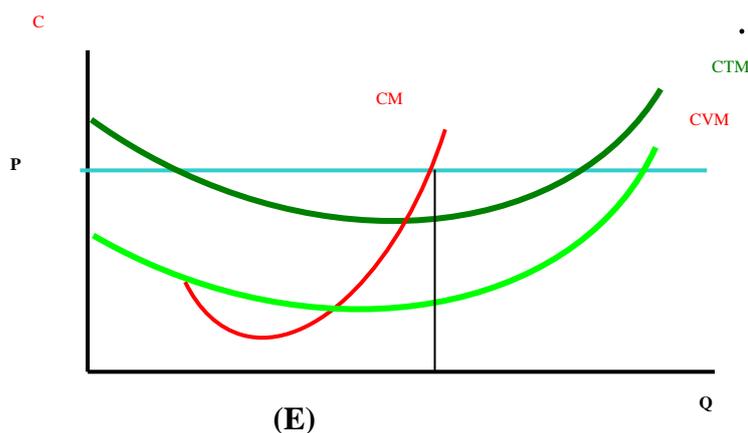
- في الشكل (A): $MR = CM, P < CVM$ الإيراد الحدي يساوي التكاليف الحدية، لكن السعر قل من متوسط التكاليف المتغيرة وعليه المؤسسة تتوقف عن الإنتاج لأنها تخسر التكاليف الثابتة وجزء من التكاليف المتغيرة .

- في الشكل (B) $MR = CM, P = CVM$ الإيراد الحدي يساوي التكاليف الحدية، والسعر التنافسي يساوي سعر الإغلاق ولذلك تستطيع المؤسسة الاستمرار أو التوقف عن الإنتاج. المؤسسة تغطي فقط التكاليف المتغيرة وتدفع التكاليف الثابتة كاملة.

- في الشكل (C) $MR = CM, CVM < P < CTM$ الإيراد الحدي يساوي التكاليف الحدية والسعر التنافسي اكبر من متوسط التكاليف المتغيرة وقل من متوسط التكاليف الكلية بمعنى انه أعلى من سعر الإغلاق ولذلك من مصلحة المؤسسة الاستمرار في الإنتاج. لأن الإيرادات تغطي التكاليف المتغيرة وجزء من التكاليف الثابتة.

- في الشكل (D) $MR = CM, P = CTM$ الإيراد الحدي يساوي التكاليف الحدية والسعر التنافسي يساوي متوسط التكاليف الكلية، بمعنى أن مجموع الإيرادات تساوي مجموع التكاليف أي أن $RT = CT \Rightarrow \pi = 0$ وهو ما يعني أن المؤسسة لا تحقق أرباح اقتصادية أو وسطية كما يسميها البعض بل تحقق أرباح عادية فقط (محاسبة).

- في الشكل (E) الموالي $MR = CM, P > CTM$ الإيراد الحدي يساوي التكاليف الحدية والسعر التنافسي أكبر من متوسط التكاليف الكلية، بمعنى أن مجموع الإيرادات أكبر مجموع التكاليف أي أن $RT > CT \Rightarrow \pi > 0$ وهو ما يعني أن المؤسسة تحقق أرباح اقتصادية أو وسطية إضافة إلى الأرباح العادية (محاسبة).



سلوك المؤسسة في المدى الطويل:

لا تستطيع المؤسسة العاملة في المدى القصير التحكم وبصورة كاملة في عناصر الإنتاج المستخدمة، وبالتالي فقد لا تستطيع بعض المؤسسات التوسع في حجم إنتاجها، أو الدخول إلى سوق سلعة ما (طالما كان هناك عنصر إنتاجي ثابت). أما في المدى الطويل، فتستطيع المؤسسة وبحرية كاملة اختيار التوليفة المناسبة من عناصر الإنتاج، واختيار الطاقة اللازمة لإنتاج الكمية المطلوبة بما يضمن لها اقل تكلفة ممكنة، ومن ثم تستطيع التوسع في حجم إنتاجها، وبالتالي يتوفر للمؤسسة إمكانية الدخول إلى أسواق السلع المختلفة.

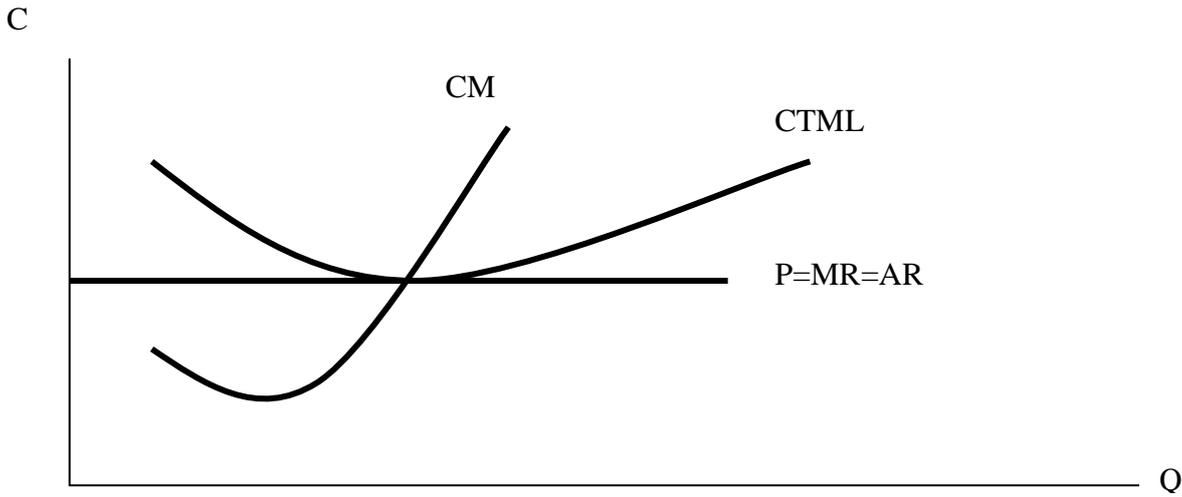
أن الدافع الرئيسي وراء دخول مؤسسات جديدة إلى السوق هو وجود مؤسسات تحقق أرباحاً اقتصادية في هذا السوق. فلنفترض أن سوق سلعة ما كان في وضع توازن كما هو موضح في الشكل (E). في هذه

الحالة، فإن المؤسسة التوازنية تنتج تلك الكمية التي يتحقق فيها شرط التوازن ($MR=CM$). لكن $ACT > P$ وجود هذه الأرباح سيدفع مؤسسات جديدة إلى الدخول إلى سوق السلعة وجرني هذه الأرباح. وكلما ارتفع عدد المؤسسات العاملة في السوق، كلما ارتفعت الكمية المنتجة من السلعة، والتي تؤدي إلى انخفاض سعر السلعة. وبالطبع فإن انخفاض سعر السلعة، سيعمل على انخفاض الأرباح التي تحصل عليها كل مؤسسة. وتستمر هذه العملية إلى أن يصل السعر لمستوى متوسط التكاليف الكلية ($P = ACT$)، وتخفني الأرباح وبالتالي لا يوجد دافع لدخول مؤسسات جديدة إلى السوق.

أما في حالة وجود خسائر، أي أن ($CVM < P < CTM$) في سوق السلعة كما هو موضح في الشكل رقم (C)، فإن هذه الخسائر ستدفع بعض المؤسسات العاملة إلى الخروج من السوق لعدم قدرتها على تحمل الخسائر لفترة طويلة. وكلما انخفض عدد المؤسسات العاملة في السوق، كلما انخفض حجم الإنتاج الكلي وبالتالي تراجع الكميات المعروضة وهو ما يدفع سعر السلعة للارتفاع، وتبدأ المؤسسات بتقليص حجم الخسائر.

ويستمر خروج المؤسسات من السوق إلى أن يتعادل كل من سعر السلعة ومتوسط التكاليف الكلية ($P = CTM$) وتخفني الخسائر. إذاً، تكون الأرباح الاقتصادية للمؤسسة العاملة في المدى الطويل مساوية للصفر دائماً، ويكون الوضع التوازني الوحيد للمؤسسة العاملة في المدى الطويل هو شرط التوازن: $RM = CM = AR = CTM = P$ أما في المدى القصير، وبسبب ثبات بعض عناصر الإنتاج فقد لا تستطيع بعض المؤسسات الدخول إلى أسواق جديدة، وبالتالي يصبح بإمكان بعض المؤسسات الاستمرار في جني الأرباح. والشكل الموالي يوضح توازن المؤسسة في سوق المنافسة التامة في المدى الطويل

$$RM = CM = AR = CTML = P$$



توازن المؤسسة في المدى الطويل في سوق المنافسة التامة

ثانياً: الاحتكار التام (Pure Monopoly):

يعتبر الاحتكار طرف النقيض للمنافسة التامة ، فبينما يوجد عدد كبير من المنتجين في سوق المنافسة التامة نجد في الاحتكار التام منتج واحد أو بائع واحد ويمكن اعتبار سوق سلعة ما سوق احتكار تام إذا تميز السوق بالخصائص التالية:

1- وجود منتج أو بائع وحيد في السوق: المحتكر هو المنتج أو البائع الوحيد للسلعة، وبالتالي فإن هذا المحتكر يمثل سوق السلعة. فعندما يقوم المحتكر بزيادة الكمية المعروضة من السلعة، فإن سعر السلعة سوف ينخفض. أما إذا قام بتخفيض الكمية المعروضة فإن سعر السلعة سوف يرتفع. وبهذا يعتبر المحتكر متحكماً بشكل أساسي في سعر السلعة (Price-Maker)، وليس مستقبلاً للسعر (Price-Taker)، كما في سوق المنافسة الكاملة، وبما أن لدينا محتكر أو بائع وحيد في السوق، فإن منحى الطلب على سلعة المحتكر هو نفسه منحى طلب السوق، نظراً لعدم وجود منتج غيره للسلعة في السوق. ومن الأمثلة على ذلك شركة الكهرباء والغاز (Sonelgaz) التي تحتكر إنتاج وبيع الكهرباء والغاز الطبيعي في الجزائر. وهذا يعني أن الطلب الذي يواجهه المحتكر هو منحى طلب السوق ، وينحدر من أعلى إلى أسفل و إلى اليمين.

2- عدم وجود بدائل قريبة لسلعة المحتكر: ما يميز السلعة التي يقوم المحتكر بإنتاجها أو بيعها هو عدم وجود بدائل قريبة لها، وبالتالي تكون المرونة التقاطعية بين السلعة التي ينتجها المحتكر وبقية السلع الأخرى القريبة منها منخفضة جداً، ويكون معامل المرونة مقارباً للصفر.

3- وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى سوق المحتكر: على النقيض من سوق المنافسة، فإن سوق الاحتكار يتميز بوجود عوائق تمنع دخول أي مؤسسة إلى سوق الاحتكار التام. فقد تكون هذه العوائق عوائق قانونية (براءات الاختراع والامتياز)، أو عوائق حكومية (قوانين محلية)، أو عوائق إنتاجية (ملكية طريقة الإنتاج أو ملكية عناصر الإنتاج)، أو عوائق تقنية (التكنولوجيا المستخدمة في عملية الإنتاج)، أو عوائق طبيعية.

من خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن:

- منحى عرض المحتكر هو منحى عرض السوق، وأن الطلب على هذه السلعة يمثل طلب السوق.
- المحتكر له حرية تحديد السعر أو الكمية المعروضة ، وبالتالي فهو يتحكم في سعر البيع أو الكمية المعروضة ، ولا يستطيع التحكم فيهما معاً، بمعنى إذا تحكّم في السعر لا يمكنه أن يحدد الكمية التي يشتريها المستهلكون، وإذا زاد الكميات المعروضة لا يمكن أن يبيعهها بسعر أعلى .

- يستطيع المحتكر بواسطة تغيير السعر أو الكمية المعروضة أن يعظم أرباحه داخل السوق
- زيادة الكميات المباعة يتم من خلال تخفيض السعر، وبالتالي فإن الإيراد الحدي حتماً يكون متناقصاً.

- منحى الطلب الذي يواجهه المحتكر هو نفسه منحى طلب السوق، ويمثل التجمع الأفقي لمجموع طلبات الأفراد، وهو ذو ميل سالب (العلاقة عكسية بين السعر والكميات المطلوبة).

توازن المحتكر في المدى القصير:

يتحقق توازن المؤسسة (في سوق المنافسة أو الاحتكار)، عند مستوى الإنتاج الذي تتساوى فيه التكلفة

الحدية مع الإيراد الحدي، أو:

$$MR = CM$$

بشرط أن يكون السعر أعلى من سعر الإغلاق

وبما أن المحتكر هو المنتج الوحيد للسلعة في السوق فإن الطلب على هذه السلعة، يكون في شكل خط مائل ينحدر إلى اليمين، ويأخذ الإيراد الحدي نفس الشكل، لكن يقع أسفل وللتوضيح أكثر نأخذ المثال الموالي:

مثال: لنفرض أن المعلومات المالية تخص مؤسسة احتكارية تنتج "س" والموضحة في الجدول رقم

(8.1)، يمكن التوصل إلى توازن المحتكر كما يلي:

حيث التكاليف والإيرادات موضحة في الجدول التالي:

P	Q _d	TC	RT	CM	MR	RT - TC
40	0	50	0	0	--	- 50
38	1	56	38	6	38	- 18
36	2	66	72	10	34	6
34	3	80	102	14	30	22
32	4	99	128	19	26	29
30	5	120	150	22	22	30
28	6	146	168	26	18	22
26	7	176	182	30	14	6
24	8	210	192	34	10	- 18

المطلوب حساب سعر وكمية التوازن لهذا المحتكر؟

بما أن التوازن يكون عند الكمية التي تعظم أرباح المحتكر يمكن تطبيق العلاقة السابقة

ونحصل على $RM = CM$ في الجدول ، نلاحظ أن التوازن يتحقق عند إنتاج (5) وحدات

من السلعة، وبسعر توازني يساوي (30) دينار. ومن الملاحظ أن هذا التوازن يتحقق عندما يكون

السعر أعلى من الإيراد الحدي ($P > MR$). وبتعبير آخر يقوم المحتكر بتحديد المستوى

الذي يتساوى فيه الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية ($CM = MR = 22$)، حيث تكون

الكمية التوازنية (5) وحدات. ويتحدد السعر من خلال منحنى الطلب، الذي يبين

أقصى ما يرغب المستهلك بدفعه للحصول على (5) وحدات من السلعة، ويكون

السعر التوازني (30 دينار)، وهو أعلى من الإيراد الحدي الذي يحصل عليه

المحتكر نتيجة بيع السلعة. وبشكل عام، فإن السعر الذي يواجه

المؤسسة الاحتكارية يكون دائماً أعلى من الإيراد الحدي

(ماعدا عند إنتاج الوحدة الأولى).

ويوضح الشكل المقابل توازن المؤسسة الاحتكارية.

أو من خلال تعظيم دالة ربح المحتكر كما يلي :

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q} = 0 \Rightarrow RM = CM \text{ الصفر}$$

$$\frac{\partial^2 \pi}{\partial Q^2} < 0 \Rightarrow \partial RM < \partial CM \text{ الصفر}$$

وهنا ليس من الضروري أن يكون ميل التكاليف الحدية موجبا

مثال 02: إذا كانت دالة الطلب التي يوجهها محتكر في السوق معرفة بالعلاقة التالية $Q = 100 - 2P$

ودالة تكاليفه الكلية هي

$$CT = 200 + 10Q$$

البحث عن دالة الربح تقتضي تحويل دالة الطلب $Q = 100 - 2P$ من الشكل التالي

$$P = 50 - \frac{1}{2}Q$$

$$RT = P \times Q \Rightarrow RT = Q(50 - \frac{1}{2}Q) = 50Q - \frac{1}{2}Q^2 \text{ دالة الإيراد الكلي يكون من الشكل التالي}$$

$$\pi = RT - CT = 50Q - \frac{1}{2}Q^2 - (200 + 10Q) \Rightarrow \pi = 40Q - \frac{1}{2}Q^2 - 200$$

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q} = 0 \Rightarrow 40 - Q = 0 \Rightarrow Q = 40 \quad P = 50 - \frac{1}{2}(40) = 30$$

$$\frac{\partial^2 \pi}{\partial Q^2} < 0 \Rightarrow -1 < 0$$

$$\pi = RT - CT = 50(40) - \frac{1}{2}(40)^2 - (200 + 10(40)) \Rightarrow \pi = 1000$$

وكما في المدى القصير نجد المحتكر في المدى الطويل يعظم أرباحه من خلال إنتاج الكمية التي يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية $RM = CM$ ، بمعنى أن المحتكر يستطيع الحصول على أرباح اقتصادية (وسيطية) حتى في المدى الطويل، وذلك لوجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى سوق السلعة.

التمييز السعري: التمييز السعري مقصود به تحديد سعرين مختلفين أو أكثر للسلعة نفسها دون أن يكون هناك مبرر من حيث التكلفة، وقد يلجأ المحتكر إلى هذا الإجراء لتعظيم أرباحه ومن الأمثلة على ذلك: وضع سعر منخفض على بعض المنتجات مثل أسعار تذاكر السفر، وجبات الأطفال في المطاعم، تحديد سعر مختلف لمنتجات بعض المؤسسات على أساس التمييز بين المؤسسات والأشخاص العاديين، الخ. ولنجاح التمييز السعري يجب:

- 01- وجود القوة الاحتكارية بمعنى أن التمييز السعري لا يصلح في سوق المنافسة التامة
 - 02- إمكانية تقسيم السوق إلى مجموعتين أو أكثر، حسب السن، حسب الجنس حسب الدخل... الخ
 - 03- عدم إمكانية بيع السلعة بين المستهلكين أنفسهم نظرا لطبيعة السلعة أو لارتفاع تكلفة إعادة بيعها وعدم تحقيق أي شرط من هذه الشروط يفشل سياسية التمييز السعري للمحتكر.
- ويمكن أن يكون للمحتكر مؤسسة واحدة تواجه سوقين مختلفين $RM_1 = RM_2 = CM$ ، أو يكون له أكثر من مؤسسة ويبيع في سوق واحدة $RM = CM_1 = CM_2 = CM_3$
- مثال: منتج يحتكر إنتاج السلعة X، ويواجه طلب كلي معطى بالعلاقة $Q = 36 - \frac{3}{5}P$ ، التكاليف الكلية لمصانع إنتاج السلعة موضحة في الجدول الموالي:

الكمية المنتجة Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
التكاليف الكلية للمصنع الأول CT1	7	23	45	75	115	167	233	311	401	501
التكاليف الكلية للمصنع الثاني CT2	20	50	88	130	175	230	298	373	461	551
التكاليف الكلية للمصنع الثالث CT3	12	35	65	99	135	173	213	257	305	357

المطلوب: حساب كمية وسعر التوازن وأرباح المنتج لكل مصنع؟ وما هي أرباحه الكلية

الحل:

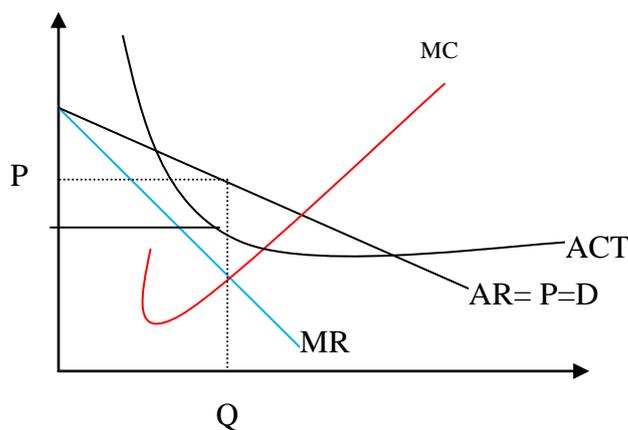
Q	CM1	CM2	CM3	CM	RM	CT
1	7	20	12	7	56.66	7
2	16	30	23	12	53.33	19
3	22	38	30	16	50	35
4	30	42	34	20	46.66	55
5	40	45	36	22	43.33	77
6	52	55	38	23	40	100
7	66	68	40	30	36.66	130
8	78	75	44	30	33.33	160
9	90	88	48	30	30	190
10	100	90	52	34	3026.66	224

- توازن المحتكر في الفترة القصيرة و الطويلة :

1- توازن المحتكر في الفترة القصيرة:

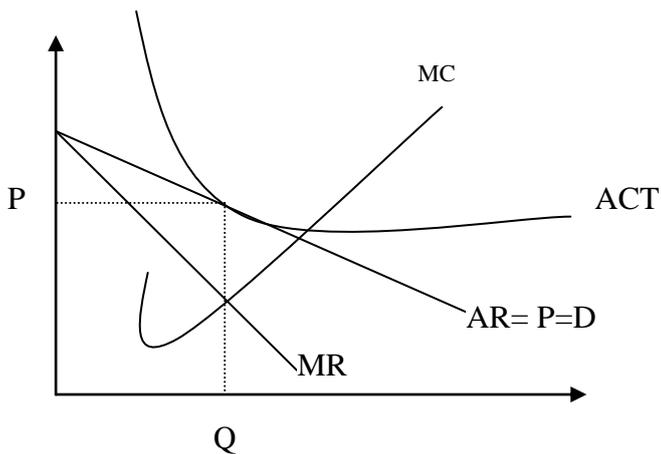
هناك ثلاثة حالات توضح لنا توازن المحتكر في الأجل القصير و هي :

أ - حالة تحقيق أرباح غير عادية :

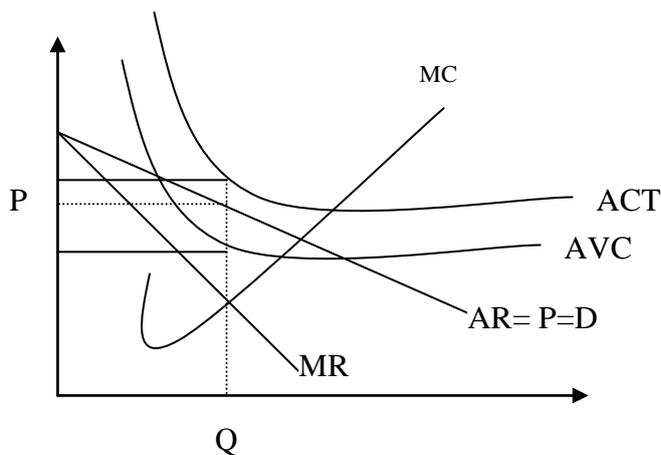


$$RT = P \cdot Q = AR \cdot Q$$

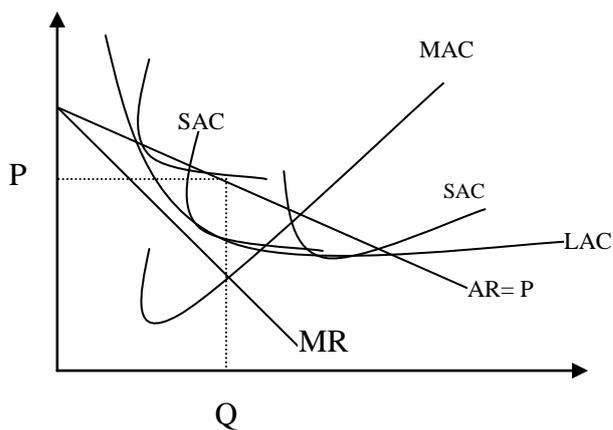
ب- في حالة تحقيق أرباح عادية :



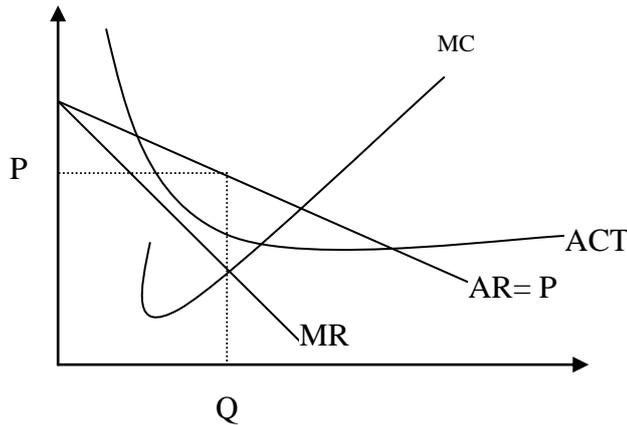
ج- توازن المحتكر في حالة تحقيق خسارة:



2- توازن المحتكر في الأجل الطويل:



منحنى عرض المؤسسة المحتكرة :



- سياسة التمييز السعري :

إذا كان المحتكر لا يستطيع تعظيم ربحه برفع السعر فيمكنه تحقيق ذلك بإتباع سياسة التمييز السعري، أي يقوم المحتكر ببيع سلعته إلى مشتريين مختلفين بأسعار مختلفة ، ولنجاح تلك السياسة لابد من فصل الأسواق عن بعضها البعض بحيث يصبح من غير الممكن بيع السلعة من السوق ذات السعر المنخفض في السوق ذات السعر المرتفع ، كما يجب أن تكون مرونة الطلب السعرية في السوقين مختلفة، وجود القوة الاحتكارية . (2)

- تنظيم نشاط الاحتكار :

يمكن للمحتكر أن يستغل ظروف السوق والتي هي في صالحه بغض النظر عن النتائج التي يتحملها المستهلك ، و التي غالبا ما تفرض عليه من طرف المحتكر . إن مثل هذه الوضعية تؤدي إلى توزيع سيء للثروة الاجتماعية و لتفادي حدوث مثل هذه الوضعية فإن السلطات الحكومية تستعمل عدة وسائل للمراقبة نذكر من ضمنها مراقبة الأسعار ، وفرض الضريبة . (3)

1- مراقبة الأسعار :

إذا كان المحتكر يتمتع بالاحتكار التام الذي منح له من طرف السلطات العمومية ، فإنه يقبل في نفس الوقت مراقبة أرباحه التي يحققها عن طريق مراقبة السعر ، و الحكومة تستطيع أن تجبر المحتكر على زيادة إنتاجه و البيع بسعر أقل من السعر الاحتكاري ويمكن للمستهلكين الاستفادة من سعر أقل ، و هذا ما يشجع على ظهور السوق السوداء. ولذا استمر السعر في الانخفاض فإن المحتكر يتوقف عن الإنتاج

2- مراقبة المحتكر عن طريق فرض ضريبة جزافية

تستطيع الحكومة عن طريق فرض ضريبة جزافية أو متعاقد عليها أن تقلل من ربح

(2) عمر صخري، المرجع السابق د . ط ،ص: 105.

(3) هارون الطاهر أحمد بلمرابط، مرجع السابق، ص: 196 .

المحتكر أو تمتص جميع ربحه فهذه الضريبة تمثل تكلفة ثابتة تؤثر على منحنى متوسط التكاليف الكلية ، وليس على الإيراد الحدي ، وبالتالي فإن آثار هذه الضريبة على النجاعة الاقتصادية تعتبر معدومة في حالة تطبيقها على المحتكر .

3- مراقبة المحتكر عن طريق فرض ضريبة خاصة: تستطيع الحكومة أيضا تقليل ربح المحتكر عن طريق فرض ضريبة خاصة لكن في هذه الحالة سيتمكن المحتكر من نقل جزء من عبء هذه الضريبة إلى المستهلك.

4- مراقبة المحتكر عن طريق فرض ضريبة على رقم الأعمال:

تتناسب هذه الضريبة مع رقم الأعمال، فهي ترتفع كلما ارتفع السعر الذي يفرضه المحتكر، فهذه الضريبة مثل الضريبة الخاصة إذا فرضت على المحتكر تؤدي إلى زيادة السعر و تقليص الكمية المنتجة.

المنافسة الاحتكارية: تمثل المنافسة الاحتكارية خليط بين المنافسة التامة والاحتكار التام ويمكن

تعريفها على أنها "شكل من أشكال السوق حيث يوجد عدد كبير من البائعين ينتجون سلعا متشابهة لكن غير متجانسة ، يعتمدون في بيعها على المنافسة غير السعرية بالإضافة إلى المنافسة السعرية، كما أن الدخول وخروج من السوق يعتبر سهل ودون عوائق رئيسية " من هذا التعريف يمكن القول أن المنافسة الاحتكارية هي اقرب إلى الواقع من المنافسة التامة كما يمكن القول أن كل أسواقنا شبيهة بالمنافسة الاحتكارية، ومن خصائص هذا السوق يلي :

1- وجود عدد كبير من المؤسسات في السوق، مما يعني أن تأثير أي مؤسسة يكون بسيط، كما أن عدد المؤسسات اقل من المنافسة التامة .

2- السلع متشابهة لكنها غير متجانسة، مما يعني أنها بدائل جيدة لبعضها لكنها بدائل غير تامة أي يمكن التفرقة بين السلع الموجودة في السوق. ويكون منحنى الطلب الذي تواجه المؤسسة منحدرًا من أعلى لأسفل، ومن اليسار إلى اليمين، ويدل بذلك على أن المنتج له بعض القدرة على تغيير السعر الذي يبيع به دون أن يفقد جميع زبائنه.

3- سهولة الخروج والدخول إلى السوق. بمعنى عدم وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد في حالة تحقيق أرباح اقتصادية في السوق أو الخروج منه في حالة الخسائر

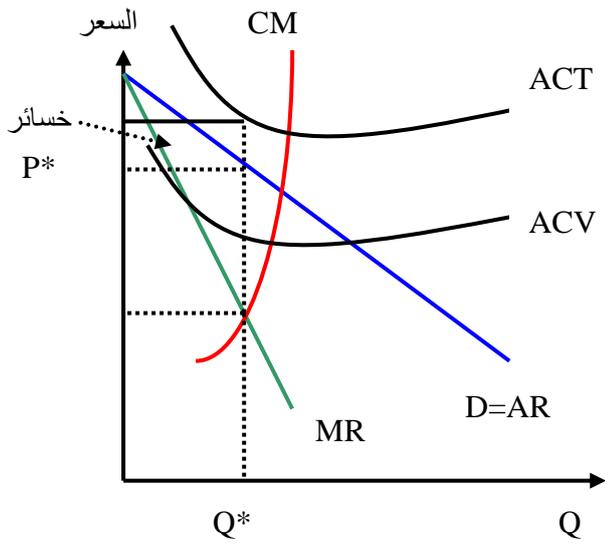
4- وجود المنافسة غير السعرية، ويتمثل ذلك باستخدام طرق تنافسية غير تخفيض سعر السلعة، كاستخدام وسائل الدعاية والإعلان، ويسمى هذا بالتمييز السلعي (Product Differentiation). أي جعل السلعة تبدو أكثر تميز من نظيراتها في السوق باستعمال وسائل الدعاية والإشهار. توازن المنتج في سوق المنافسة الاحتكارية:

01- المدى القصير : في المدى القصير نجد أن المنتج يمكن أن يحقق التوازن كما في الاحتكار التام أي أن الإيراد الحدي يساوي التكلفة الحدية بشرط أن يكون السعر أكبر من متوسط التكاليف المتغيرة (سعر الإغلاق)

$$MR = CM$$

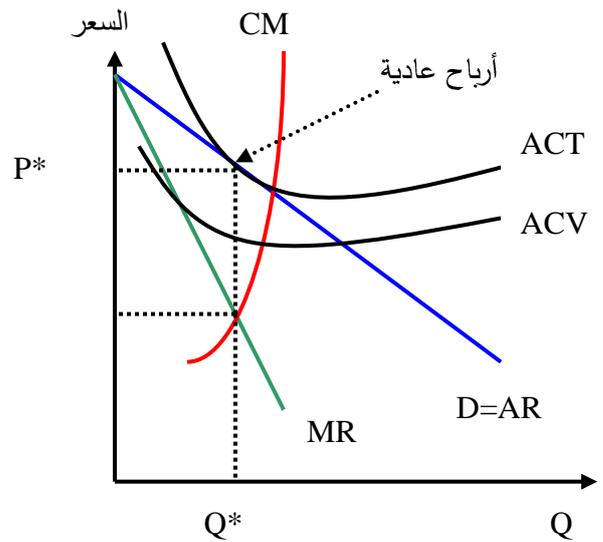
بشرط السعر أكبر من سعر الإغلاق

وفي هذه الحالة يمكن أن تكون لدينا ثلاثة وضعيات للمنتج



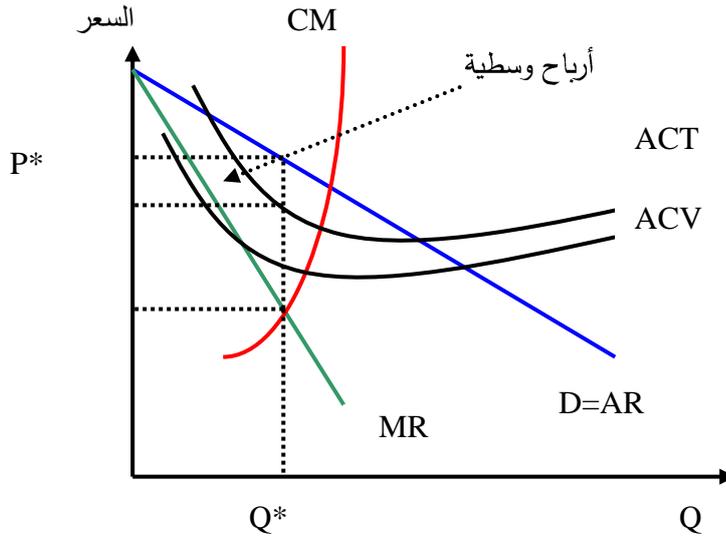
$$MR=MC, ACV < P < ACT$$

خسائر



$$MR=MC, P = ACT = AR$$

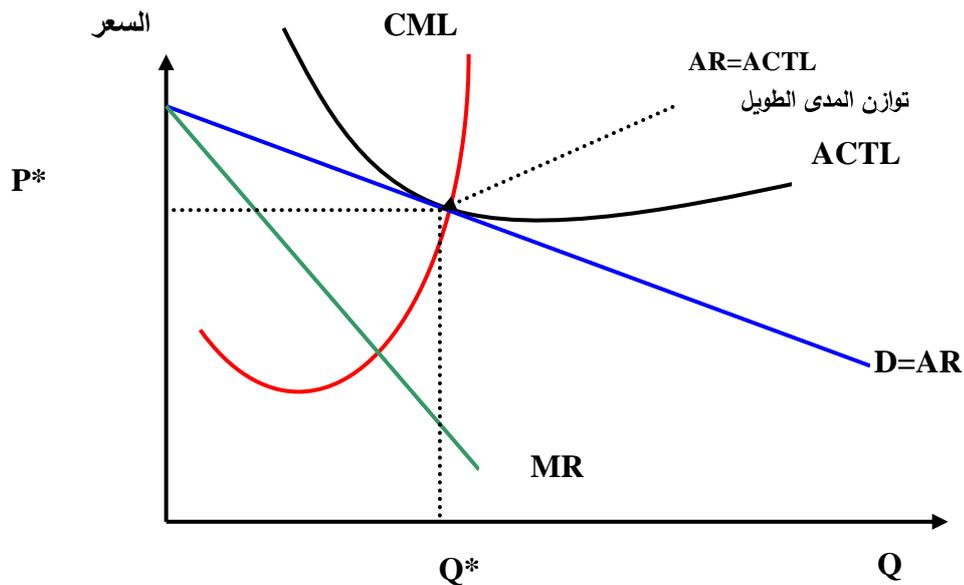
أرباح عادية



$$MR=MC, P > ACT \text{ أرباح وسطية}$$

02- في المدى الطويل : بما أن هناك إمكانية الدخول والخروج من السوق فإن الأرباح الوسطية تشجع على دخول منتجين، حيث أن المؤسسة التوازنية تنتج تلك الكمية التي يتحقق فيها شرط التوازن ($MR=CM$). لكن $P > ACT$ وجود هذه الأرباح سيدفع مؤسسات جديدة إلى الدخول إلى سوق السلعة، وكلما ارتفع عدد المؤسسات العاملة في السوق، كلما ارتفعت الكمية المعروضة من السلعة، والتي تؤدي إلى انخفاض سعرها. وبالطبع فإن انخفاض سعر السلعة، سيعمل على خفض الأرباح التي تحصل عليها كل مؤسسة. وتستمر هذه العملية إلى أن يصل السعر إلى مستوى متوسط التكاليف الكلية ($P = ACTL$) حيث تختفي الأرباح، وبالتالي لا يوجد دافع لدخول مؤسسات جديدة إلى السوق. وفي حالة الخسائر، يحدث العكس حيث تنسحب المؤسسات التي لا تستطيع مقاومة الخسائر مما يدفع بالأسعار إلى الارتفاع نتيجة قلة المعروض من السلعة إلى أن تصبح ($P = ACTL$)، وهو ما يعني أنه في المدى الطويل توازن المنتج في سوق المنافسة الاحتكارية يكون عندما يتساوى الإيراد المتوسط الذي يمثل السعر مع متوسط التكاليف الكلية

$$AR = ACT$$



$ACT = AR$	توازن المنتج في المدى الطويل
------------	------------------------------

وهو ما يعني لا وجود للأرباح الوسطية في سوق المنافسة الاحتكارية في المدى الطويل